



Il presente progetto denominato “Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche” va ad integrare e completare i precedenti progetti presentati da APT Servizi nel corso del 2017 sull'asse 5 – azione 6.8.3. - POR FESR 2014-2020.

Si sviluppa nel rispetto ed in coerenza con le seguenti disposizioni:

- POR FESR 2014-2020 - Asse prioritario 5 di valorizzazione delle risorse artistiche, culturali e ambientali - Azione 6.8.3 sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche
- DGR n. 5387/2015 L.R. 7/98 e s.m. - Linee Guida generali per la promozione e la commercializzazione turistica anno 2016 – Obiettivi strategici

Nonché con il nuovo ordinamento regionale in materia turismo definito da LR 4/16 e s.m. e DGR 1149/2017 – Linee Guida Triennali 2018-2020 per la promo-commercializzazione turistica.

La progettualità in oggetto intende sostenere e realizzare interventi di promozione e promo-commercializzazione turistica dei territori - o per meglio dire delle aree vaste denominate Destinazioni Turistiche - e pone tra i suoi obiettivi lo sviluppo di una visione sistemica e integrata dei prodotti trasversali d'interesse regionale, per migliorare la competitività dell'Emilia-Romagna sul mercato nazionale ed internazionale ed attrarre flussi inbound, in coerenza con le finalità POR FESR 2014-2020.

1. IL SOGGETTO PROMOTORE

APT Servizi s.r.l., così come espresso dalla legislazione regionale corrente, è il soggetto in house providing incaricato dalla Regione Emilia-Romagna a rendere operativo il documento guida con le linee e gli obiettivi strategici dell'ampia e complessa programmazione regionale in materia di promozione e promo-commercializzazione turistica. APT Servizi redige annualmente un piano di marketing e promozione e va così a sviluppare, sulla base di quanto indicato dalla regione, progetti esecutivi. Inoltre con LR 4/16 APT Servizi svolge un ruolo di

coordinamento per prodotti tematici trasversali che riguardano più destinazioni turistiche, al fine di delineare le politiche generali di tali prodotti trasversali e definire azioni coordinate, in particolare sui mercati esteri.

Il ruolo che APT Servizi riveste nel quadro generale del sistema turistico regionale, ridefinito con LR 4/16, ne fa il soggetto più indicato per la progettazione e attuazione di azioni e interventi, volti a perseguire gli obiettivi specifici dell'attività POR-FESR 2014-2020 - Asse 5 - Azione 6.8.3 "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche".

L'intervento di APT Servizi consente, inoltre, di perseguire l'ottimizzazione delle risorse che la regione Emilia-Romagna destina alla promozione turistica, attivando integrazione e sinergie con le attività realizzate annualmente da APT Servizi nell'ambito del proprio piano di marketing e promozione turistica, anche attraverso economie di scala nei rapporti con i fornitori.

In questo contesto e nell'ambito delle strategie regionali per la promozione turistica, si sviluppa questo progetto di valorizzazione, promozione e promocommercializzazione dei beni culturali e naturalistici e delle destinazioni turistiche dell'Emilia-Romagna, progetto che nel contempo s'inquadra anche nella strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e al raggiungimento della coesione economica, sociale e territoriale.

2. IL PROGETTO

Il progetto di "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche" si articola in interventi di marketing e promozione turistica, basati sulla valorizzazione e lo sviluppo di prodotti trasversali integrati d'interesse regionale, nonché delle aree vaste turistiche dell'Emilia-Romagna (DT/Destinazioni turistiche). Il progetto valorizza e promuove i prodotti del global brand "Via Emilia – Experience the Italian lifestyle", avviato nel 2015 e caratterizzato da una forte ed incisiva azione di brand identity, definita per differenziarsi dalla concorrenza e per posizionare l'offerta turistica dell'Emilia-Romagna, rinnovata in chiave di "travel experience", sul mercato internazionale dei viaggi e delle vacanze.

Il brand *Via Emilia* rappresenta così l'aggregatore del turismo dell'esperienza

regionale, definisce e identifica i valori e i denominatori comuni dei prodotti-cluster Motor Valley, Wellness Valley e Food Valley - basati su USP come eccellenze motoristiche, alto livello di qualità della vita, benessere fisico e mentale e wine & food - e sostiene la loro capacità di legare territori di area vasta sotto specifiche linee di sviluppo.

Obiettivi:

- Realizzare interventi di promozione e di supporto alla promo-commercializzazione delle destinazioni turistiche interessate allo sviluppo di una visione sistemica ed integrata di prodotti turistici di area vasta, capaci di innalzare il valore e la competitività del brand turistico regionale a livello europeo ed extraeuropeo.
- Attuare la strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, favorendo altresì la coesione economica, sociale e territoriale.
- Valorizzare le risorse artistiche, culturali e ambientali della Regione Emilia-Romagna, sostenendo e favorendo la loro fruizione integrata e la promozione delle destinazioni turistiche
- Sviluppare, promuovere e sostenere la promo-commercializzazione dei prodotti turistici trasversali d'interesse regionale "Motor Valley", "Wellness Valley" e "Food Valley" - definiti all'interno del progetto di global branding territoriale ad elevata specializzazione denominato "Via Emilia – Experience the Italian Lifestyle".
- Generare nuovi flussi incoming nel segmento del turismo di nuova generazione legato alla travel experience, dai mercati obiettivo e favorire la destagionalizzazione, nonché l'internazionalizzazione turistica dell'intero territorio regionale

Mercati:

- Italia
- Medio raggio – Europa (con focus specifici su: mercati di lingua tedesca, UK, Irlanda, Francia, BENELUX, Spagna, Europa dell'Est, Russia, Scandinavia)
- Lungo raggio – Nord America (USA, Canada), America Latina (Argentina, Messico, Brasile), estremo Oriente (Cina, Giappone, Corea del Sud e India),

Vicino Oriente e Medio Oriente (Emirati Arabi Uniti, Iran, Turchia, Repubbliche dell'Asia centrale/CSI), Australia, Nuova Zelanda

Target:

I target di riferimento degli interventi b2c spaziano nell'universo dei consumatori di viaggi e vacanze (famiglie con bambini, DYNK, millennial e generazione Z, golden ager, ecc.) segmentati per capacità di spesa, modalità di acquisto, bisogni e aspettative. Non solo, il raggio di azione include anche business traveller e fruitori dell'offerta Meeting Industry/MICE e il settore a queste collegate, il bleisure. Gli interventi di promo-commercializzazione b2b hanno come target il turismo intermedio e gli attori della filiera: i tour operator grossisti, gli organizzatori, le agenzie di viaggio, i decisori del turismo associativo, le varie tipologie di operatori professionali del MICE,

Strategia:

Per raggiungere gli obiettivi di cui sopra:

- saranno messi in campo interventi ed attività plurime secondo la metodologia "mix" della comunicazione e commercializzazione: pubblicità, pubbliche relazioni, product placement, promozione delle vendite (b2b e b2c).
- saranno posizionati sul mercato pacchetti turistici special interest (prodotti turistici omogenei che integrano beni/territorio/valori, ispirati al turismo dell'esperienza, customer driven in cui il driver principale è l'esperienza vissuta dal turista, rispondenti a standard di qualità e orientati ad una clientela internazionale).

Piano operativo - esecutivo:

LINEEA DI INTERVENTO	ATTIVITA'	BUDGET LORDO IVA 22%
1. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - supporto alla promo – commercializzazione (fiere, workshop e serate promozionali)	Organizzazione e/o partecipazione a fiere internazionali, workshop, borse turistiche ed eventi promo- commerciali	€ 128.100,00

2. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - emiliaromagnaturismo.it	Rinnovo, aggiornamento e allineamento con il nuovo sistema turistico definito da LR 4/16 del portare regionale dell'informazione turistica.	€ 244.000,00
3. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - Comunicazione mercati esteri	Interventi di comunicazione sui mercati target attraverso l'organizzazione di fam trip per giornalisti, influencer, ecc.	€ 27.900,00
TOTALE		€ 400.000,00

Time frame e budget:

- Le azioni sopra esplicitate al punto piano operativo-esecutivo saranno realizzate nell'ambito della progettazione POR-FESR 2014-2020, asse 5, azione 6.8.3 entro il 31/12/2017, con rendicontazione alla regione non oltre il 28/02/2018.
- Le attività di cui al punto 2 del piano operativo- esecutivo prevedono l'utilizzo di tecnologie innovative e di ICT funzionali alla promozione e alla veicolazione di informazioni, capaci di garantire una migliore fruibilità ed accesso al portale. Si prevede anche l'utilizzo di tecniche di responsive web design (RWD) per adattare graficamente il portale allo strumento di visualizzazione (computer con diverse risoluzioni, tablet, smartphone, cellulari, webTV), riducendo al minimo la necessità dell'utente di ridimensionare e scorrere contenuti.
- Le azioni sopra esplicitate sono contraddistinte da elementi di richiamo internazionale (fiere all'estero, educational tour con partecipanti esteri, sito web multilingua). La strategia perseguita dal progetto punta a portare i prodotti trasversali al territorio legati al global brand Via Emilia-Experience the Italian lifestyle sul mercato internazionale, facendo leva sui valori unici ed identitari del patrimonio dell'Emilia-Romagna e sul suo essere un distretto di eccellenza in Europa, inserito in network transnazionali. Diverse progettualità implementate da Apt Servizi nell'ultimo quinquennio si interfacciano e si relazionano con altre realtà di eccellenza turistica in Europa, con l'obiettivo di condividere esperienze

e buone pratiche e di dare vita a reti internazionali (come ad esempio il progetto *Blogville Europa*).

- APT Servizi agirà attraverso procedure di selezione trasparenti nell'individuazione dei propri fornitori/expertise professionali, assicurando l'allineamento della qualità delle risorse umane, e del relativo costo, alle condizioni di mercato.
- Relativamente a parte delle azioni del progetto, si precisa che sono attualmente in corso le necessarie attività organizzative preliminari alla loro realizzazione.

Il budget complessivo del progetto di 400.000,00 di euro lordo IVA è così suddiviso:

- ✓ quota parte macro voce progettuale **Supporto alla promocommercializzazione**: Euro 128.100,00 lordo IVA 22%;
- ✓ quota parte macro voce progettuale **emiliaromagnaturismo.it**: Euro 244.000,00 lordo IVA 22%.
- ✓ quota parte macro voce progettuale **Comunicazione mercati esteri**: Euro 27.900,00 lordo IVA 22%.

Gli importi indicati nel piano operativo – esecutivo per la realizzazione delle singole attività/iniziativa sono dei previsionali di spesa. In fase esecutiva-operativa si potranno verificare degli scostamenti che saranno gestiti attraverso delle compensazioni e degli spostamenti da un'attività all'altra, senza superare il limite complessivo del budget totale del progetto.